

ABSTRAK

Agnis Hidayanti (2020210091) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Utik di Ngurenrejo Wedarijaksa Pati. Skripsi. Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah (ES). Institut Agama Islam Negeri Kudus. 2024

Pada masa sekarang dunia perbisnisan berada dalam kondisi perkembangan yang begitu signifikan sehingga muncul adanya persaingan di dunia bisnis. Beragam usaha juga berkembang pesat, salah satunya yakni di bidang usaha kuliner. Berkembangnya bisnis kuliner dapat dilihat dari menjamurnya rumah makan, cafe, kedai, dan restoran yang ada di berbagai sudut kota. Maka dari itu, Kedai Utik harus mengetahui apa saja hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan kunci dari menangnya persaingan dalam bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Kedai Utik di Ngurenrejo Wedarijaksa Pati.

Penelitian ini tergolong kedalam penelitian lapangan (*field research*) atau penelitian yang sumber datanya berasal dari lapangan. Data yang digunakan yakni data primer, data yang diajukan secara langsung dengan memberi kuesioner kepada responden. Metode pada penelitian ini termasuk dalam metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan kedai Utik dan Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik dalam pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, dan observasi. Analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, dan hipotesis.

Hasil penelitian menjelaskan secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai Adjust R Square sebesar 0,603 atau 60,3% menjelaskan bahwasannya kualitas pelayanan, harga, dan promosi dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sementara sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Kepuasan Pelanggan.